

# Yuracomplexus . . . . .



Revista electrónica ISSN 2602-8115

Nº 24: Mayo - julio 2023

---

Animación gráfica de la cultura pop en el diseño de moda del estilo Cartoon Aesthetic p.p  
40 – 56 Cruz Sarduy, Iván; Cruz Machado, Anaya

Instituto Tecnológico Universitario Cordillera

Quito – Ecuador

Av. De la prensa y Logroño No. 45-268

[ivan.cruz@cordillera.edu.ec](mailto:ivan.cruz@cordillera.edu.ec)

---

*Animación grafica de la cultura pop en el diseño de moda del estilo Cartoon Aesthetic*

*Cruz Sarduy, Iván; Cruz Machado, Anaya  
Instituto Superior Universitario Cordillera*

*ivan.cruz@cordillera.edu.ec*

### **Resumen**

La finalidad de esta investigación es demostrar como la influencia de la animación gráfica y la cultura pop en el diseño de moda ha dado lugar a una tendencia creciente conocida como "Cartoon Aesthetic" (Estética de dibujos animados). La "estética de dibujos animados" ha crecido debido a la influencia de la animación gráfica y la cultura pop en el diseño de moda. Este artículo explora desde una revisión de literatura, cómo la estética de los dibujos animados ha influido en la creación de prendas y accesorios inspirados en la cultura pop, examinando la fusión de estos dos elementos en el mundo del diseño de moda. Se describe el fenómeno de la estética animada, que se ha convertido en una tendencia predominante en la moda moderna. Los dibujos animados han sido una fuente inagotable de inspiración para los diseñadores porque permiten crear personajes y escenarios fantásticos que trascienden los límites de la realidad. A partir de la consulta de fuentes primarias y secundarias de investigación, el presente artículo expone diversos estudios y casos relacionados con la animación gráfica en el diseño de moda, donde se ponen de manifiesto la interrelación que existe entre los elementos gráficos y estilizados característicos de los dibujos animados y los diseños contemporáneos creados por los diseñadores donde capturan la naturaleza alegre y nostálgica de la cultura popular. El artículo también examina las consecuencias sociales y culturales de esta tendencia como ser que la estética de los dibujos animados ha demostrado ser una herramienta poderosa para la expresión personal y la celebración de la individualidad en el diseño de moda. El Cartoon Aesthetic desafía los estereotipos de género y la idea de la moda como algo serio y restrictivo al romper con las normas establecidas.

### **Palabras clave**

Estética, animación, popular, diseño, moda.

### **Abstract**

The purpose of this research is to demonstrate how the influence of graphic animation and pop culture on fashion design has given rise to a growing trend known as "Cartoon Aesthetic". The "cartoon aesthetic" has grown due to the influence of graphic animation and pop culture on fashion design. This article explores from a literature review, how the cartoon aesthetic has influenced the creation of pop culture-inspired garments and accessories, examining the fusion of these two elements in the world of fashion design. The phenomenon of animated aesthetics, which has become a predominant trend in modern fashion, is described. Cartoons have been an inexhaustible source of inspiration for designers because they allow the creation of fantastic characters and scenarios that transcend the limits of reality. Based on the consultation of primary and secondary research sources, this article presents several studies and cases related to graphic animation in fashion design, where the interrelationship between the graphic and stylized elements characteristic of cartoons and the contemporary designs created by designers where they capture the joyful and nostalgic nature of popular culture are revealed. The article also examines the social and cultural implications of this trend as the cartoon aesthetic has proven to be a powerful tool for personal expression and the celebration of individuality in fashion design. The Cartoon Aesthetic challenges gender stereotypes and the idea of fashion as serious and restrictive by breaking with established norms.

### **keywords**

Aesthetic, animation, popular, design, fashion.

La teoría de sistemas nos llevó a comprender que al interior de sus elementos existen un cúmulo de interacciones y que dichos elementos pueden tener multiplicidad de orígenes, condiciones, estructuras y una serie de atributos que nos llevan a visualizar sus dimensiones para luego proponer el estudio del sistema. La cultura puede ser considerada como un sistema de sistemas de sistemas, en tanto en cuanto, su estudio se configura alrededor de ópticas alternas y complementarias, tal es el caso del POP como acrónimo de lo popular y lo aesthetic como una tendencia opuesta a las tendencias tradicionales y que afirma aquellos postulados visualizados o desarrollados por Basarab Nicolescu con sus ideas de la transdisciplina. De su lado, la filogenética estudia la biología evolutiva que nos permite reconstruir una imagen de un grupo taxonómico de familia y género, en el caso del homo sapiens con su particularidad de engendrar culturas propias al interior de su grupo social. Desde la teoría del caos comprendimos que no todo suceso acaecido en la naturaleza tiene que seguir un orden preestablecido, y que debemos estar prestos a comprender realidades alternas, de ahí, la posibilidad de desarrollar contextos cognitivos que den rienda suelta a nuestra capacidad creadora como seres humanos en un ambiente que nos invite a animar nuestras ideas a través de diferentes entornos de comunicación y análisis psicológico cultural, tal es el caso de la presente propuesta que nos empuja a utilizar el lado gráfico del marketing para desarrollar el trabajo de investigación. Según el contexto anterior utilizaremos un conjunto de teorías y enfoques, que nos permitirá comprender el tema abordado desde una visión amplia, desde lo más simple al más complejo.

La teoría de sistemas de Ludwig von Bertalanffy (1999) buscó comprender la manera en que los sistemas sociales interactúan con el medio ambiente, ve a la realidad social como un sistema complejo y dinámico compuesto de partes interdependientes y relacionadas. La teoría de sistemas tiene relación con la animación gráfica y la cultura pop, debido a que ambos se consideran sistemas complejos que involucran una serie de elementos interrelacionados. En este sentido, esta teoría nos ayudara a comprender la relación existente entre la animación gráfica - cultura pop - estilo cartoon aesthetic y su relación en el contexto social, formando un sistema en evolución constante.

Por una parte, la animación gráfica desde la teoría de sistemas analiza los diferentes elementos que intervienen en la creación de una animación, como la historia, la música, los personajes, los escenarios, etc. Cada uno de estos elementos interactúan entre sí para crear una experiencia visual y emocional que es más que la suma de sus partes. La teoría de sistemas

puede ayudar a identificar cómo estos elementos interactúan y cómo se pueden optimizar el resultado.

Por otra parte, la teoría de sistemas se relaciona con la estética cartoon aesthetic como un sistema complejo en sí mismo, con múltiples elementos funcionando conjuntamente para crear un estilo coherente. En la estética cartoon aesthetic, los elementos visuales se simplifican y se reducen a su esencia, para crear una imagen clara y fácil de comprender. La teoría de sistemas ayuda a los artistas a enfocarse en las relaciones de tamaño, color para crear personajes y fondos que funcionen bien juntos.

Complementando lo antes expuesto, la teoría de cultura como sistemas de símbolos de Louis Dumont (1970) nos señaló que la cultura se entiende como un sistema complejo y dinámico compuesto de varios elementos interdependientes, como valores, normas, artefactos, prácticas y símbolos, que forman un todo coherente, también sostiene que la cultura es un sistema adaptativo capaz de adaptarse a los cambios del entorno y las necesidades de sus miembros. Por esta razón, nos permite entender a la cultura pop como un conjunto de prácticas y expresiones culturales que son ampliamente aceptadas y consumidas por la mayoría de la población, como la música, la moda, los programas de televisión y las películas. En este sentido, entendemos que la cultura pop está estrechamente relacionada con la teoría de sistemas y la cultura atada a ella, ya que puede entenderse como un sistema cultural en sí mismo compuesto por múltiples elementos interdependientes. Por ejemplo, la moda es un elemento central de la cultura popular, y se nutre constantemente de influencias y tendencias de la sociedad en general.

En cuanto, al manifiesto de transdisciplina Basarab Nicolescu (1996) propuso una forma de pensar que va más allá de los límites disciplinarios, que integra diversos enfoques científicos y culturales para entender la complejidad del mundo en el que vivimos. Esta perspectiva se puede encontrar en muchos aspectos de la cultura popular, donde la mezcla de influencias y disciplinas es una fuente constante de creatividad e innovación. La moda puede ser vista a través de la idea de la transdisciplinariedad, que busca integrar diferentes disciplinas y campos de conocimiento para lograr una comprensión más profunda e integral de la realidad. De esta forma, la moda puede ser vista como una manifestación concreta de la teoría de Nicolescu.

En relación a la teoría de los árboles filogenéticos de Haeckel (1866) todas las formas de vida terrestre se pueden trazar a través de un árbol evolutivo, donde las especies más

cercanas comparten un ancestro común más reciente que las especies lejanas. En el contexto de la moda cartoon aesthetic se puede tomar la idea de esta teoría para entender cómo los diseños pueden diferenciarse y distinguirse entre sí a través de elementos visuales y cromáticos. Por ejemplo, al utilizar colores brillantes y exóticos, patrones, y texturas en la ropa, se pueden crear diseños para reflejar la complejidad y diversidad de la especie humana o grupos humanos.

A su vez, la teoría del caos, estudia sistemas complejos y dinámicos que, aunque puedan parecer desordenados, obedecen a reglas precisas. Según Strogatz (1994) propuso que la teoría del caos se refiere a "pequeñas diferencias en las condiciones iniciales pueden llevar a enormes diferencias en el comportamiento a largo plazo" (p. 1). En otras palabras, cambios muy pequeños en los valores iniciales de un sistema pueden resultar en grandes diferencias en los patrones que se desarrollan con el tiempo. A través de esta teoría, podemos entender que la animación gráfica con el tiempo varía su contextualización constantemente hasta la actualidad. Donde, no solo estos personajes se pueden ver en series animadas y revistas de comic, sino que han sido tomadas por la moda cartoon aesthetic, como un conjunto de elementos visuales asociados a la época actual, combinándose de manera impredecible e inesperada creando estilos únicos, por artistas que producen obras que no se ajustan a los moldes tradicionales.

Complementando desde la teoría de información - comunicación desarrollada por Claude Shannon y Warren Weaver (1949) planteó el estudio matemático de la transmisión de la información y la comunicación de datos entre sistemas. De la misma forma, la animación grafica es utilizada para transmitir información, mediante la técnica de dibujo, pintura y animación creando diseños visuales atractivos y todo esto se ha vinculado actualmente en la moda cartoon aesthetic, convirtiéndose en un estilo diseñado para transmitir información de manera efectiva y minimizar la posibilidad de confusión o malinterpretación, al usar diseños visualmente atractivos, simples y fácilmente reconocibles. A medida que, los medios de comunicación y el uso de equipos tecnológicos fueron perfeccionándose con el tiempo, también cambiaron los medios en las que estas generaciones se fueron expresando.

Si tomamos al estilo aesthetic como un mecanismo de comunicación -nacido a partir del año 2010- se caracteriza por la combinación de elementos vintage, estéticos y juveniles para crear una estética única. Se popularizó en las redes sociales, especialmente en plataformas como Instagram y TikTok. Posteriormente, se expandió a otras redes sociales asociándose a intereses o actividades específicos, muchas veces inspiradas por un período

histórico particular. Para muchos usuarios de las redes sociales, el estilo aesthetic se ha convertido en una forma de expresarse y de reflejar su personalidad y gustos. Los influencers y creadores de contenido utilizan este estilo en sus publicaciones y videos para generar una conexión con su audiencia.

El objetivo de este estudio fue analizar los elementos que conforman la animación gráfica de la cultura pop, y su aplicación en el diseño del estilo cartoon aesthetic. Se discutió la importancia de la animación grafica en la construcción de la identidad visual de esta tendencia y su relación con la cultura popular.

### **Método y metodología**

El método que utilizaremos en nuestra investigación esta descrito en el Manifiesto de Nicolescu (1996), quien planteo que "La transdisciplinariedad es el resultado de un diálogo entre diferentes culturas, diferentes epistemologías y diferentes cosmovisiones" (Nicolescu, 1996, p. 13). Este método se basa en la comprensión de la complejidad y la interconexión de los sistemas que estudiamos, en lugar de analizarlos de forma aislada. La transdisciplinariedad nos permite la comprensión de la complejidad y la interconexión que tiene la animación grafica utilizada en la cultura pop del siglo pasado en los diseños actuales del estilo cartoon aesthetic, para analizarlos como un todo y no de forma aislada. Por consiguiente, el propósito de esta investigación es identificar esos elementos de la animación gráfica, que se repiten o actualizan actualmente en los diseños de moda del cartoon aesthetic. De ahí que, se realizó una revisión bibliográfica buscando esta conexión, utilizando un enfoque cualitativo.

A propósito, se consultaron diversas fuentes de investigación que se enfocaron en la revisión, análisis y síntesis de información documental y bibliográfica existente, con el objetivo de obtener nuevos conocimientos y comprensión sobre el tema planteado. Se tuvo muy en cuenta la selección adecuada, la calidad de la información recopilada y la objetividad en el análisis de las mismas. Por otra parte, se utilizaron diversos repositorios académicos para la búsqueda de los contenidos, encontrándose éstas en diferentes bases de datos como ser, Google Académico, Redalyc, Chemedica, Dialnet. Asimismo, se utilizaron fuentes bibliográficas primarias, como ser libros, y fuentes bibliográficas secundarias como ser artículos científicos, periodísticos, tesis de pregrado y posgrado que nos permitieron, determinar tendencias, argumentos, ideas y comprensión de los elementos que conforman la animación grafica en la cultura pop y su relación con la moda cartoon aesthetic. Tenemos pues, que el contexto utilizado fue el no experimental y el alcance de tipo exploratorio,

permitiéndonos analizar detalladamente la vinculación de algunas piezas de ropa y accesorios de distintas marcas de moda estética, con los elementos de la animación grafica que se utilizan en sus diseños.

Por consiguiente, los factores que se tuvieron en cuenta en la revisión de la literatura fueron el número de publicaciones especializadas que se vinculan al tema, fuentes de información y los tipos de investigaciones analizadas. Luego, se tomaron en cuenta las palabras claves referentes, animación, gráfica, cultura pop, diseños de moda aesthetic, marcas y diseñadores aesthetic, moda aesthetic en los jóvenes y la cultura cartoon aesthetic. Finalmente, para el tratamiento y análisis de la información se usó técnicas explicativas cuya finalidad era demostrar la conexión entre los elementos de animación grafica de la cultura pop y la moda del estilo cartoon aesthetic, identificando los elementos clave del estilo, el estudio de las tendencias y el análisis de las principales características de la cultura pop.

## Resultados

El artículo "La animación como herramienta de diseño en la moda" del autor Fonseca (2018), nos explora cómo la animación, en su combinación con otras técnicas de diseño, puede agregar valor a la moda y llevarla a nuevas alturas. Fonseca en su estudio señala que los consumidores retienen mejor la información cuando se presenta a través de la animación gráfica en sus diseños. Además, la animación grafica permite a los diseñadores de moda destacar sus productos de manera atractiva, utilizando diseños y colores atractivos que atraen la atención de los usuarios. Los productos animados, como los personajes de dibujos animados, han ganado popularidad en la industria de la moda. Estos personajes animados pueden aparecer en diferentes prendas de vestir y accesorios además que permiten a los consumidores interactuar con la marca de forma más personal y auténtica.

Según el libro "Pop Art: A Critical History" del autor Alberro, A (2009), hace un estudio profundo y detallado del movimiento Pop Art y su importancia en la historia, explora los orígenes y el desarrollo del arte pop en las décadas de 1950 y 1960, y presenta una crítica detallada de este movimiento artístico, que se centró en la cultura popular y en la incorporación de elementos de la misma en la creación de obras de arte. En cuanto al impacto del pop art en la moda, se destaca cómo las tendencias y estilos de la cultura popular fueron incorporados en la moda de la época. Ofreciendo casos del arte pop y su influencia en la moda

y como los diseñadores de moda experimentaron con estampados, colores brillantes y materiales novedosos para crear prendas de vestir que reflejaran la estética del pop art.

En el libro, "Pop art and fashion" de los autores Rayner, G., & Chamberlain, R. (2005), nos señalan, que el Arte Pop se caracterizó por la utilización de patrones y colores brillantes, así como por introducir imágenes icónicas en prendas de vestir y accesorios. Esto se hizo popular en la década de 1960 con la aparición del movimiento Mod, que incluía vestidos cortos y botas de tacón alto con diseños de inspiración pop. Este estilo también se hizo popular en los años 80 y 90, con la aparición de accesorios y prendas de vestir que incorporaban imágenes icónicas de la cultura pop, como los logos, iconos o los personajes de animación. Nos demuestra, que la moda y el arte pop son dos formas de expresión que se han influido mutuamente. La moda ha sido capaz de traducir e incorporar los diseños icónicos del arte pop en prendas de vestir y accesorios, al mismo tiempo que ha sido una fuente de inspiración para los diseñadores de moda en la actualidad.

En la tesis doctoral "Transformações no campo da moda: crítica ética e estética" de la autora Berlim, G. (2016), analiza los cambios que se han producido en la industria de la moda en las últimas décadas desde una perspectiva crítica que aborda tanto la dimensión ética como estética. El estudio se enfoca en la identificación de los procesos y factores que han llevado a una transformación del campo de la moda, así como en el análisis de las implicaciones de estos cambios en términos sociales, culturales y ambientales. Para ello, la autora utiliza una metodología interdisciplinaria que combina herramientas teóricas y metodológicas de las ciencias sociales, la historia del arte, la teoría del diseño y la ética. A lo largo de su investigación, la autora examina diversas tendencias y prácticas en el campo de la moda, incluyendo la fast fashion, la moda sostenible, la moda ética, la moda inclusiva y la moda de autor. A través de un enfoque crítico, la autora cuestiona la lógica del consumo masivo y analiza las implicaciones sociales, culturales y ambientales de los cambios en la industria.

Teniendo en cuenta el libro "La era del vacío" del autor francés Lipovetsky, G. (1983), en su ensayo analiza sobre la transformación de la sociedad occidental en la era posmoderna y describe la emergencia del individualismo y la subjetividad en la cultura y la vida cotidiana, y cómo estos cambios han llevado a una sociedad de consumo en la que la felicidad y la realización personal se buscan a través de la adquisición de bienes y experiencias, por la desaparición de los valores tradicionales y la pérdida de sentido colectivo, lo que ha llevado a una cultura de la indiferencia y la apatía. La autonomía y la libertad individual son los valores más importantes en esta sociedad, y la búsqueda de la felicidad se ha convertido en la

principal preocupación de la mayoría de las personas. La cultura posmoderna es una cultura de la seducción y el espectáculo, en la que el placer se ha convertido en el principal objetivo de la vida.

El estudio "El mal gusto en la publicidad de moda y el aesthetic como modelo de percepción y consumo para la construcción de la autoimagen, caso de estudio Bad Bunny en jóvenes de 18 a 25 años en Bogotá 2021" realizado por Preciado, Y. A. (2021), busca explorar cómo los jóvenes de 18 a 25 años en Bogotá perciben y consumen la moda a través del análisis de la publicidad de moda, y más específicamente, a través del análisis del cantante Bad Bunny como un caso de estudio en su uso de "mal gusto" en su imagen y estética. La investigación se llevó a cabo utilizando una metodología cualitativa, a través de entrevistas semiestructuradas y grupos focales, en los que se exploraron las percepciones y actitudes de los jóvenes hacia la moda, el consumo, el "mal gusto" y el aesthetic. Los resultados del estudio sugieren que los jóvenes en Bogotá están altamente influenciados por las imágenes y estéticas presentes en la publicidad de moda y los medios sociales, y que estas influencias afectan su percepción y consumo de la moda, que ven estas expresiones como una forma de diferenciarse y expresar su individualidad. Sin embargo, se puede inferir que se trata de un estudio único que se enfoca en un caso de estudio específico (Bad Bunny) y en un grupo de población particular (jóvenes de 18 a 25 años en Bogotá). Finalmente, se encontró que los jóvenes en Bogotá son altamente receptivos al uso de "mal gusto" en la moda y la estética, y que ven estas expresiones como una forma de diferenciarse y expresar su individualidad. Además, sugiere que la identidad de marca y la imagen personal se entrelazan cada vez más, lo que significa que los jóvenes en Bogotá están eligiendo marcas y productos que reflejan su propia imagen personal. Esto significa que las marcas de moda deben considerar cuidadosamente cómo se presentan en el mercado y cómo se conectan con los consumidores más jóvenes.

La tesis "Influencia de los elementos visuales de Disney en el diseño de la indumentaria infantil para niñas de 8 a 10 años de edad en Lima durante la última década" de Aldave Musayón, G. M. (2022), se centra en analizar cómo los elementos visuales de Disney han influido en el diseño de la indumentaria infantil para niñas de 8 a 10 años en Lima durante la última década. El estudio se divide en cuatro capítulos que abordan diferentes temas relacionados con el impacto de los elementos visuales de Disney en la moda infantil en Lima. En el primer capítulo, se analiza la importancia del diseño de la moda infantil y cómo este está influenciado por los personajes y elementos visuales de Disney. En el segundo

capítulo, se examina la historia y el impacto de Disney en la cultura popular y su influencia en la moda infantil a nivel global. En el tercer capítulo, se realiza una investigación empírica que incluye encuestas a padres y madres de niñas de 8 a 10 años en Lima, así como entrevistas a diseñadores de moda infantil y tiendas especializadas.

Los resultados de la investigación muestran que los elementos visuales de Disney tienen una gran influencia en la moda infantil en Lima, y que las niñas de 8 a 10 años son particularmente influenciadas por los personajes de Disney. En el cuarto capítulo, se realiza un análisis de las tendencias actuales en la moda infantil en Lima y cómo estas están influenciadas por los elementos visuales de Disney. La autora concluye que los elementos visuales de Disney tienen una gran influencia en el diseño de la moda infantil para niñas de 8 a 10 años en Lima, y que esta influencia ha aumentado en la última década. En general, la tesis proporciona una valiosa información para comprender la influencia de los elementos visuales de Disney en la moda infantil en Lima, así como su impacto en la identidad y percepción de las niñas de 8 a 10 años.

En cuanto a observación directa y experiencia del autor podemos hacer referencia a algunas marcas que incorporan en sus colecciones elementos de la animación grafica. Estas marcas son las siguientes:

1. Gucci: La marca de lujo italiana Gucci ha incorporado personajes animados en sus diseños, incluidos Bugs Bunny, Daffy Duck y Tweety Bird. Estos personajes han aparecido en numerosas series y cortometrajes animados producidos por Warner Bros. a lo largo de los años, y han sido ampliamente reconocidos por su impacto en la cultura popular.
2. Jeremy Scott: El diseñador estadounidense Jeremy Scott ha colaborado con marcas como Moschino y Adidas para crear diseños que incorporan personajes de dibujos animados como Mickey Mouse, Barbie y Bob Esponja.
3. Puma: La marca deportiva Puma tiene una colección que incorpora al personaje de dibujo animados japones Bady Milo, Pokemon, Dragon ball Z, Thundercats.
4. H & M posesionada en el país ha colaborado con varios personajes de dibujos animados y franquicias, como Hello Kitty, Mickey Mouse y Star Wars. Esas se pueden apreciar en los diseños de sus colecciones al recorrer la tienda.
5. Vans: Ha colaborado con la marca japonesa de animación Sanrio para crear una línea de zapatillas, inspirada en el popular personaje de Hello Kitty.

Estas y otras marcas se mantienen a la vanguardia de la moda cartoon aesthetic ofreciéndoles a sus fans las prendas idóneas para poder expresar libremente su amor por sus personajes favoritos y su estilo de vida. La moda aesthetic es una forma única y autentica de expresión y sigue evolucionando gracias a los constantes estímulos de la cultura pop.

### Discusión

Podemos decir que la animación se ha convertido en una herramienta importante para los diseñadores de moda, donde pueden crear una experiencia de marca emocional y memorable. La animación grafica de la cultura pop y la moda siempre han estado frecuentemente ligados. Desde la década de 1950, ha tenido una gran influencia en la moda, dejando una huella indeleble en el diseño de moda a través del estilo actual del Cartoon Aesthetic. En los casos presentados podemos apreciar como esta tendencia ofrece una oportunidad para la creatividad y la expresión individual, fusionando elementos lúdicos y nostálgicos con la moda contemporánea. En el análisis de Fonseca Roberto, sobre la animación como herramienta de diseño en la moda, se puede identificar que una de las principales ventajas son su capacidad para crear una atmosfera única y evocadora, también qué a través de la animación los diseñadores pueden crear mundos imaginarios y cautivadores, generando así una gran emoción y conexión con el cliente. Además, que los personajes de animación atraen al espectador y lo invitan a generar una conexión emocional entre el cliente y la marca.

En el estudio de Alberro Alex sobre el arte pop, considera las influencias culturales y sociales que dieron forma al movimiento, así como su legado en el arte contemporáneo, ofreciendo una visión analítica del movimiento artístico, explorando sus raíces, su impacto cultural y su relevancia en la moda. Utilizando estampados, colores brillantes y materiales novedosos para crear prendas de vestir que reflejaran la estética del pop art. En consecuencia, esos colores, estampados, y personajes de la animación gráfica, se reinventan hoy en día en los diseños de marcas conocidas por todo el mundo, haciendo de la moda cartoon aesthetic, una de las favoritas entre los jóvenes. En el estudio de Georgina Rayner y Lesley Chamberlain, sobre el arte pop y la moda, se identifica que existe una estrecha relación entre el arte pop y la moda, que muchos diseñadores actualmente busca su fuente de inspiración en los elementos del arte pop, utilizando colores audaces, estampados gráficos y referencias a la cultura popular en sus diseños. También como en la actualidad, se exploran las colaboraciones entre artistas, marcas y diseñadores de moda. Proporcionando una visión de cómo el arte pop ha utilizado la moda como fuente de inspiración y cómo la moda ha incorporado elementos del arte pop en sus diseños.

En el estudio de Gilda Berlim sobre, la estética y las transformaciones en el campo de la moda, nos demuestra como la moda ha cambiado y evolucionado en términos de efectos morales y estéticos, también podemos darnos cuenta como la moda cartoon aesthetic, es el estilo de una generación actual que se inspira en la cultura pop y busca expresar su individualidad, desafiar los estereotipos de género, experimentar nostalgia y conectarse emocionalmente con elementos de su infancia. Utilizan las redes sociales como una plataforma para exhibir su estilo y conectarse con personas que comparten su aprecio por esta estética. Según el estudio de Preciado Yohan sobre el mal gusto en la publicidad de moda y el aesthetic como modelo de percepción y consumo para la construcción de la autoimagen, caso estudiado en jóvenes de 18 a 25 años en la ciudad de Bogotá, permite comprender, que el consumo de la moda aesthetic, en este grupo influenciados por las imágenes de la cultura pop y los medios sociales, ven en esta forma de vestir, como un escape, donde se diferencian e integran en una comunidad que los identifica por su afinidad de gusto e intereses.

Según la experiencia del autor por la observación directa realizada a diferentes marcas y los casos presentados se concluye:

- Que los dibujos animados, los cómics, las películas y las series de televisión son fuentes de inspiración para la generación actual que adopta la moda Cartoon Aesthetic. Sus elecciones de ropa y accesorios reflejan esta influencia, que con frecuencia incluyen personajes icónicos, colores llamativos y elementos gráficos relacionados con la cultura pop.
- La moda estética de dibujos animados permite a esta generación expresar su individualidad de una manera divertida y creativa. Pueden transmitir un sentido de diversión y originalidad en su apariencia al adoptar prendas y accesorios que evocan la estética de los dibujos animados.
- Al romper con las normas establecidas de vestimenta, la moda Cartoon Aesthetic desafía los estereotipos de género tradicionales. Tanto hombres como mujeres pueden adoptar esta estética sin preocuparse por las expectativas de género, lo que refleja una actitud más inclusiva y libre de restricciones en términos de expresión personal.
- Al romper con las normas establecidas de vestimenta, la moda Cartoon Aesthetic desafía los estereotipos de género tradicionales. Tanto hombres como mujeres pueden adoptar esta estética sin preocuparse por las expectativas de género, lo que refleja una actitud más inclusiva y libre de restricciones en términos de expresión personal.

- La estética de la moda animada genera una fuerte conexión emocional y una sensación de nostalgia en la generación actual. Al recordar personajes y elementos de la cultura pop de su infancia, se conectan con su pasado y se sienten parte de una comunidad que comparte esta estética.
- La generación actual que adopta la moda Cartoon Aesthetic utiliza las redes sociales como Instagram y TikTok para exhibir sus atuendos y compartir su estilo con un público más amplio. Estas plataformas les permiten conectarse con personas similares y formar parte de una comunidad en línea.

En resumen, la generación actual que utiliza la moda Cartoon Aesthetic encuentra inspiración en la cultura pop, busca expresar su individualidad, desafiar los estereotipos de género, experimentar nostalgia y conectar emocionalmente con elementos de su infancia. Utilizan las redes sociales como una plataforma para exhibir su estilo y conectarse con otros que comparten su apreciación por esta estética.

### Figura 1

*Publicidad de la marca Puma con diseños de Pokémon.*



*Nota.* Publicidad de la Marca Puma. Nueva colección Puma x Pokémon. [Fotografía]. Info Calzado. (<https://www.infocalzado.com.ar/puma-x-pokemon-asi-es-la-nueva-coleccion-de-zapatillas/>). Libre.

### Figura 2

*Publicidad de la marca Puma con diseños de Thundercats*



*Nota.* Publicidad de la Marca Puma. Nueva colección Puma x Thundercats [Fotografía]. Info Calzado. (<https://www.infocalzado.com.ar/puma-x-pokemon-asi-es-la-nueva-coleccion-de-zapatillas/>). Libre.

### Figura 3

*Publicidad de la marca H &M con diseños de la Sirenita.*



*Nota.* Publicidad de la marca de H & M con diseños de la Sirenita [Fotografía]. Página oficial de H & M. Ecuador. (<https://ec.hm.com/1162455002/p>).

### Figura 4

*Publicidad de la marca de H &M con diseños de Disney*



*Nota.* Publicidad de la marca de H & M con diseños de Disney [Fotografía]. Página oficial de H & M. Ecuador. (<https://ec.hm.com/1162455002/p>).

### **Figura 5**

*Publicidad de la marca de H & M con animados de Disney*



*Nota.* Publicidad de la marca de H & M con diseños de Disney [Fotografía]. Página oficial de H & M. Ecuador. (<https://ec.hm.com/1162455002/p>).

## Figura 6

Publicidad de la marca de H &M con diseños de Snoopy.



Nota: Publicidad de la marca de H & M con diseños de Snoopy [Fotografía]. Página oficial de H & M. Ecuador. (<https://ec.hm.com/1162455002/p>).

### Lista de referencias bibliográficas

- Nicolescu, B. (1996). *La teoría de la transdisciplina*. Ediciones Duende. Recuperado de: <https://www.studocu.com/cl/document/universidad-de-concepcion/derecho-civil-y-comercial/la-transdisciplinariedad-manifiesto-basarab-nicolescu/7765939>
- Ramírez, Santiago. (s.f.). *Teoría general de sistemas de Ludwig von Bertalanffy*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. Recuperado de: <https://ru.ceiich.unam.mx/handle/123456789/3409>
- Dumont, L. (1970). *Homo hierarchicus: El sistema de castas y sus implicaciones*. Siglo XXI. Recuperado de: [https://www.academia.edu/42941475/Dumont\\_L\\_1970\\_1967\\_Homo\\_Hierarchicus](https://www.academia.edu/42941475/Dumont_L_1970_1967_Homo_Hierarchicus)
- Haeckel, E. (1866). *General Morphologie der Organismen*. Reimer. Recuperado de: [https://ia904700.us.archive.org/28/items/b22651007\\_0002/b22651007\\_0002.pdf](https://ia904700.us.archive.org/28/items/b22651007_0002/b22651007_0002.pdf)
- Strogatz, SH (1994). *Dinámica no lineal y caos: con aplicaciones a la física, la biología, la química y la ingeniería*. Westview Press.
- Shannon, CE y Weaver, W. (1949). *La teoría matemática de la comunicación*. Prensa de la Universidad de Illinois.
- Fonseca, R. (2018). *La animación como herramienta de diseño en la moda*. *Revista Textiles*, 179, 50-53.
- Alberro, A. (2009). *Historia crítica del arte pop*. Prensa de la Universidad de California.
- Rayner, G., & Chamberlain, R. (2005). *Pop art and fashion*. Lawrence King.

- BERLIM, Lilyan Guimarães. *Transformações no campo da moda: crítica ética e estética*. 2016. 342 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro - RJ, 2016. <https://tede.ufrj.br/jspui/handle/jspui/2139>
- Lipovetsky, G. (2002). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo posmoderno*. Barcelona: Anagrama.
- Preciado, Y. A. (2021). *El mal gusto en la publicidad de moda y el aesthetic como modelo de percepción y consumo para la construcción de la autoimagen, caso de estudio Bad Bunny en jóvenes de 18 a 25 años en Bogotá 2021*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11371/4287>.
- Aldave Musayón, G. M. (2022). *Influencia de los elementos visuales de Disney en el diseño de la indumentaria infantil para niñas de 8 a 10 años de edad en Lima durante la última década [Tesis de pregrado, Nombre de la universidad]*. Archivo institucional de la universidad.

### Otros artículos consultados

- Aras, Roberto E. (2013). *Arte y moda: ¿fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (44), 59-70. Recuperado en 07 de mayo de 2023, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232013000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232013000200005&lng=es&tlng=es).
- López López, L. (2021). *Historia técnica de Disney: su influencia en la evolución estética del cine animado occidental. (Trabajo Fin de Grado Inédito)*. Universidad de Sevilla, Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/130355>
- Andrade, M. de F. R., & Aparício, A. S. M. (2019). *Escrituras contemporáneas: el cine de animación*. Praxis & Saber, 10(22), 221-246. <https://doi.org/10.19053/22160159.v10.n22.2019.7647>
- Soto, H. M. (2022). *Estéticas en Tik Tok: entre lo histórico y lo digital*. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (152). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi152.6688>
- Quiñones Urióstegui, Z. (2020). *Sobre estética y moda*. MAGOTZI Boletín Científico De Artes Del IA, 8(16), 27-33. <https://doi.org/10.29057/ia.v8i16.5552>
- Doria, Patricia. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (42), 101-106. Recuperado en 12 de abril de 2023, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232012000400008&lng=es&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400008&lng=es&tlng=en).
- Andy Warhol en el contexto de la cultura y el arte Pop <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/17130>
- Pop Art: historia, características <https://es.gallerix.ru/pedia/history-of-art--pop-art/>
- Prieto, C. (26 de junio de 2014). *La ametralladora pop de Richard Hamilton*. El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/cultura/2014-06-26/la-ametralladora-pop-de-richard-hamilton-llega-a-madrid\\_152208/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2014-06-26/la-ametralladora-pop-de-richard-hamilton-llega-a-madrid_152208/)